



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

Amplitones:

Construção da Identidade Visual da Banda

Leonardo Jordão de Achilles Mello

Rio de Janeiro
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

Amplitones:

Construção da Identidade Visual da Banda

Leonardo Jordão de Achilles Mello

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Amaury Fernandes

Rio de Janeiro
2013

Amplitones:

Construção da Identidade Visual da Banda

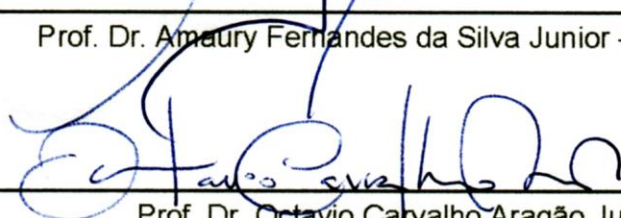
Leonardo Jordão de Achilles Mello

Monografia de graduação apresentada à
Escola de Comunicação da Universidade
Federal do Rio de Janeiro, como requisito
parcial para a obtenção do título de Bacharel
em Comunicação Social, Habilitação em
Publicidade e Propaganda.

Aprovado por



Prof. Dr. Amaury Fernandes da Silva Junior – orientador



Prof. Dr. Octavio Carvalho Aragão Junior



Profª Mª Ana Paula Zarur Salz

Aprovada em: 09/12/2013

Grau: 8,5

Rio de Janeiro

2013

M527

Mello, Leonardo Jordão de Achilles

Amplitones: construção da identidade visual da banda / Leonardo Jordão de Achilles Mello. 2013.
80 f.

Orientador: Profº. Drº. Amaury Fernandes da Silva Júnior.

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Habilitação Publicidade e Propaganda, 2013.

1. Comunicação visual. 2. Logotipo. 3. Rock. I. Silva Júnior, Amaury Fernandes da. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação.

CDD: 302.2

Dedicatória

Dedico esse trabalho ao meu avô Luiz Felipe Jordão, que de forma sabia e com muitos conselhos me tornou a pessoa que sou hoje.

AGRADECIMENTO

Ao meu orientador Amaury Fernandes que me ajudou nesse grande trabalho de conclusão de curso.

À minha grande amiga da faculdade Juliana Fontoura, que me ajudou bastante em muitos momentos.

A alguns dos grandes professores que tive e suas grandes aulas e foram destaque na minha trajetória na ECO: Amaury Fernandes, Ana Paula Zarur, Joaquim Welley, Natalie Braga e Paulo Serna.

Aos meus colegas do Interseção que foram grandes pessoas que conheci e com as quais pretendo ter sempre um ótimo contato: Adriana Antunes, Daniel Aleixo, Fabíola Padula, Lais Bittencourt, Livia Inada, Pedro Ceranto, Pedro Drable, Tales Yamaguchi e é claro, a grande professora coordenadora Monica Machado.

À minha namorada Barbara Mannara que me ajudou bastante durante o desenvolvimento desse trabalho com dicas, revisões, e em todos os momentos desde que nos conhecemos com seu companheirismo, amor, carinho e afeto. Te amo Babi!

JORDÃO, Leonardo. **Amplitones: Construção da Identidade Visual da Banda.** 2013. 80f. Orientador: Amaury Fernandes da Silva Junior. Rio de Janeiro, 2013. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Habilitação Publicidade e Propaganda, Rio de Janeiro, 2013.

RESUMO

Amplitones é uma banda cover de *Hard Rock* e *Classic Rock* carioca. O grupo está junto há um ano e meio. Durante esse período acontecem algumas trocas de membros e pausas. Esse projeto tem o objetivo de apresentar a importância de uma marca bem desenhada para um grupo musical, apresentando suas referências teóricas, método de criação e contextualizando a banda no meio do cenário do Rock. Além disso, esse trabalho de conclusão de curso apresenta a elaboração da construção de uma identidade visual para a banda em seus principais elementos como tipografia e cor e apresentará ao final o manual de utilização dessa marca Amplitones, peças institucionais e a aplicação em outros materiais para o conjunto. Espera-se que com esse trabalho gráfico seja possível colaborar para que a banda tenha uma marca consolidada e bem fundamentada para seu uso.

Palavras-chaves: Identidade Visual, Logotipo, Manual de Marca, Rock

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 ROCK E IMAGEM.....	10
2.1 História do Rock	10
2.2 Rock Brasil	16
2.3 Bandas e Logos	20
3 IMPORTÂNCIA DA MARCA.....	25
3.1 Importância para a marca para o Rock	30
4 AMPLITONES: COMEÇO E AMPLIAÇÃO.....	39
4.1 Perfil visual	40
4.2 Desenvolvimento do logo	44
CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
REFERÊNCIAS.....	53
ANEXOS	58
ANEXO 1 – MANUAL DA MARCA	59
ANEXO 2 – APLICAÇÕES	70

1 INTRODUÇÃO

Entre vários estilos musicais diferentes, o *Rock and Roll* é um dos mais conhecidos e um dos que possuem maior número de fãs no mundo todo. Tendo seu nascimento na década de 1950, nos Estados Unidos, o Rock passa por uma constante evolução ao longo do tempo até chegar no Rock contemporâneo. No Brasil há uma grande transformação nesse estilo musical também, apresentando referências significativas ao longo de sua história.

Das mais famosas às menos conhecidas, entre todos os subgêneros do Rock, as bandas apresentam suas marcas das formas mais distintas possíveis. Muitos grupos musicais elaboram suas identidades visuais de maneira bem abrangente, podendo trabalhar poucos detalhes como os encartes dos álbuns apenas até os conjuntos que são meticulosos, pensando cuidadosamente também roupas em fotos, shows, palcos, dentre outros detalhes.

O principal objetivo desse trabalho é a elaboração de uma identidade visual para a banda Amplitones. Junto com essa criação, serão apresentados conceitos que ajudam a defender a escolha feita e explicam o processo criativo, com a ajuda de referências como Brighurst.

Este trabalho de conclusão de curso irá apresentar um breve relato da história do Rock desde sua primeira explosão, na década de 1950, com grandes sucessos do gênero, citando inclusive um dos principais ícones do estilo musical, Elvis Presley. Outra parte também importante é a história do Rock no Brasil e seus grandes artistas como, por exemplo, Secos e Molhados.

Esta análise sobre o Rock apresenta uma visão do gênero exibindo a formulação das marcas das bandas, além da comunicação visual feita pelos grupos com suas diversas representações gráficas ao longo do trajeto musical. Além disso, existem vários acontecimentos que contribuem para que a história desse estilo musical seja da forma que é, como é o exemplo da popularização da televisão, trazendo assim o videoclipe, um novo recurso para acrescentar às bandas um novo elemento a ser estudado ao se pensar na própria marca.

Devido ao grande convívio com o meio, em ambientes relacionados ao Rock, conversas com pessoas da área e sendo músico, muitos dos fatos citados neste trabalho terão como referência a memória do autor, que há anos se dedica à música. Dentre as metodologias científicas clássicas do campo das ciências sociais encontramos o relato etnográfico, forma sobre a qual esse trabalho se apoia. Na etnografia o mergulho no campo e a vivência possibilitam uma “descrição densa” (GEERTZ, 1989, p.17) e é com base na vivência como músico e nas experiências que ela permite que se busca compreender o ambiente do Rock nesse trabalho¹. Além disso, embasamentos de nomes representativos da literatura nacional e internacional, com publicações relacionadas com design, tipografia, publicidade e formulações gráficas, são usados como referência ao longo deste projeto.

Mais adiante é abordada a maneira como se constrói uma marca e sua identidade visual, se baseando em obras como a de Gilberto Strunk (2005), explicando a importância essencial que acompanha esse processo de criação. A partir dessa análise, será elaborado um manual de marca da banda Amplitones, uma banda de *Hard Rock* e *Classic Rock* do Rio de Janeiro.

São apresentados os elementos principais para a construção de uma identidade visual, conforme o contexto envolvido. No caso, a ambientação do Rock ilustra de forma essencial a abordagem produzida por esse projeto, que envolverá as mais diversas questões como o escolha das cores, formas gráficas, tipografia e elementos para a composição da marca que representará a banda Amplitones. Ao longo, são exibidos ainda conceitos que justificam as escolhas, assim como influências no meio artístico e teórico para a produção neste projeto prático.

É importante lembrar que o foco deste trabalho é a apresentação gráfica deste manual de marca da banda Amplitones e, a partir do mesmo, apresentar as devidas aplicações da marca, levando em questão materiais gráficos e físicos. A partir deste projeto será possível ter uma programação visual fundamentada para ser utilizada pela banda em seu percurso artístico, validando a importância da produção.

¹ Em trabalhos como SILVA (2000) e WACQUANT (2002) as formas como a vivência pessoal é transformada em experiência antropológica são exploradas. É com base nesse tipo de metodologia que esse estudo é construído.

2 ROCK E IMAGEM

2.1 História do Rock

O estilo musical que talvez seja o mais complexo é o *Rock and Roll*. É muito complicado descrevê-lo e categorizá-lo, com suas inúmeras variações, mas a partir de um pequeno resumo de como tudo acontece, como surge, talvez seja um pouco mais fácil entendê-lo dentro de sua percepção artística.

Que pretensão definir o rock! Absurdamente polimorfo, ele parece variar mais no tempo e no espaço do que o fazia, por exemplo, o barroco na Idade Moderna. Mas se a ideia é definir, arregacemos as mangas e vamos ver o que é que dá. [...] O que importa é que, bem ou mal, falemos dele. Talvez assim ele conquiste um espaço acadêmico que a comunidade sempre lhe negou. (CHACON, 1982, p.5)

A década de 1950 tem como um de seus principais destaques o nascimento do Rock, nos Estados Unidos, dando origem a vertente musical na forma como conhecemos hoje. Suas principais referências rítmicas são baseadas no *blues*, no *country*, no *rhythm and blues* e principalmente na música negra sulista. A partir de então, o estilo se desenvolve em sua essência e se expande, logo no início, quando alguns músicos têm espaço para apresentar suas músicas nas rádios. Integram esse movimento então recente, chamado de *Rock and Roll*, artistas como Chuck Barry com a canção “Johnny B. Good” e ainda Jerry Lee Lewis tocando “Whole Lotta Shakin’ Goin’ On”, entre outros.

Um detalhe que deve ser ressaltado é que o Rock, em seu início, é reconhecido como um estilo musical de cultura negra, ainda que apreciado por todos. Um dos primeiros músicos brancos a integrar esse estilo é Bill Haley com “Rock Around The Clock”.

Mas é quando Elvis Presley entra em cena, contagiando o público com mais ritmo, além de adicionar sua dança característica, que o *Rock and Roll* muda para

um outro patamar. As pessoas começam a ouvir e dançar esse gênero que se torna mais popular e ganha um novo formato. Elvis é responsável pelo início de um novo estilo musical e cultural nos Estados Unidos, quebrando barreiras e preconceitos sociais e raciais².

A década de 1960 traz outros ícones históricos do *Rock and Roll* para reforçar a ideia de que o estilo pode ser apreciado por todos. Com isso, se desenvolvem diversas vertentes de estruturação do Rock, que têm como características a produção de letras e conceitos específicos a partir de cada época e geração. Nos anos 1950 é perceptível uma abrangência tão produtiva desse gênero musical, que na década de 1960 nascem dois grupos que marcam a história: os Beatles em 1963³ e os Rolling Stones em 1962⁴. Ambos surgem do Reino Unido, mostrando que o estilo também está presente do outro lado do Atlântico. A disseminação do sucesso dessas bandas se faz de forma rápida, tanto que logo tornam-se referências no âmbito musical, revolucionando o mercado fonográfico, cada uma da sua forma.

O caráter irreverente presente na geração da década de 1960 apresenta seu reflexo nas músicas tocadas pelos representantes de época, integrando a composição, por muitas vezes, com uma tonalidade de rebeldia.



Figura 1 – Rolling Stones (da esq. para dir.: Mick Jagger, Brian Jones, Keith Richards, Bill Wyman e Charlie Watts):
http://s3.amazonaws.com/production.mediajoint.prx.org/public/piece_images/194587/StonesPublicityPhoto1.jpg

² <http://www.elvis.com/>, acesso em: 28 out. 2013.

³ <http://www.thebeatles.com>, acesso em: 28 nov. 2013.

⁴ <http://www.thebeatles.com>, acesso em: 28 nov. 2013.

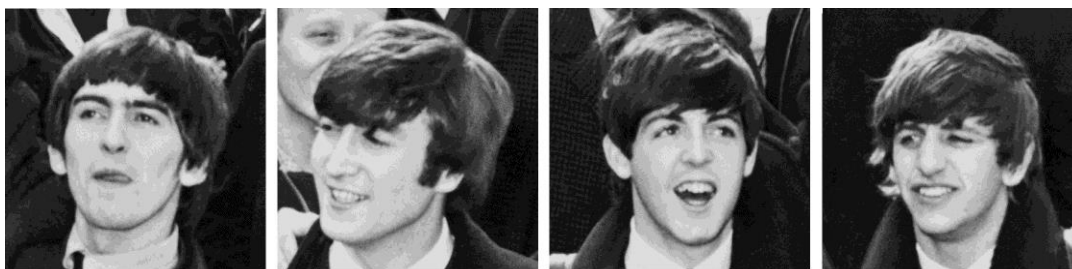


Figura 2 – The Beatles (da esq. para dir.: George Harrison, John Lennon, Paul McCartney e Ringo Starr):

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/df/The_Fabs.JPG

Beatles e Rolling Stones são bandas de renome e essencialmente propulsores na história do Rock. Mesmo após meio século, suas influências, tanto comportamentais quanto musicas, permanecem presentes, servindo de inspiração para muitos artistas. Depois deles, surgem outros grupos nos anos 1960 e 1970, buscando alcançar um lugar de prestígio em sua trajetória, como é o caso das bandas The Who (1964 até a atualidade)⁵, Led Zeppelin (1968 até 1980)⁶, Black Sabbath (1968 até a atualidade)⁷, Scorpions (1965 até a atualidade)⁸, Aerosmith (1973 até a atualidade)⁹, Pink Floyd (1965 até 1994)¹⁰, Deep Purple (1968 até a atualidade)¹¹ e Queen (1971 até 1995)¹².

Essa disseminação do gênero, interpretada, por cada vez mais vozes e arranjos musicais diferentes, ajuda o Rock a se tornar aos poucos mais popular, agregando seguidores em diferentes países. Além disso, a partir dos anos 1970, o estilo começa a construir suas vertentes que ao longo da história nunca pararam de se multiplicar: *Punk Rock*, *Classic Rock*, *Rock Progressivo*, dentre outras combinações.

⁵ <http://thewho.com/>, acesso em: 28 out. 2013.

⁶ <http://www.ledzeppelin.com/>, acesso em: 28 out. 2013.

⁷ <http://www.blacksabbath.com/>, acesso em: 28 out. 2013.

⁸ <http://www.the-scorpions.com/>, acesso em: 28 out. 2013.

⁹ <http://www.aerosmith.com/>, acesso em: 28 out. 2013.

¹⁰ <http://www.pinkfloyd.com/> (Apesar de Roger Walters seguir com sua carreira solo, a banda eventualmente se reúne em eventos especiais), acesso em: 28 out. 2013.

¹¹ <http://www.deep-purple.com/>, acesso em: 01 nov. 2013.

¹² <http://www.queenonline.com/>, acesso em: 01 nov. 2013 (Após a morte de Freddie Mercury em 1991, o restante da banda se reúne eventualmente, incluindo uma união com Paul Rodgers).

Já nos anos 1980, uma nova reconstrução sonora do gênero se intensifica com o *Heavy Metal* e *Hard Rock*, que têm suas raízes na década anterior. Tais interpretações causam, cada vez mais, mudanças no cenário fonográfico.

Nesse momento, ganha espaço um cenário repleto de guitarras pesadas, solos e apresentações cheias de distorções. É uma época em que o visual tem significativa importância, não só nas capas de álbuns como também pela presença, agora em peso, do videoclipe musical que faz com que as melodias cheguem nas casas com uma maior intensidade, se popularizando.

Agora, mais do que nos anos de 1950, a relação com o público não é conectada somente pelo áudio, apresentado nas rádios, mas também através de atrativos visuais, que impactam de forma mais eficiente. A combinação dos elementos audiovisuais, de imagem e som, cumpre seu papel de dinamizar a divulgação das canções, unindo a melodia com os gestos exercidos pelos artistas, efeitos visuais, edição e os demais recursos aplicados na produção. Tal ponto contagia e influencia o espectador de forma completa. Segundo o autor Arlindo Machado (2005), a construção dos movimentos executados pelos músicos integram a leitura da canção em questão, formulando uma nova relação com o público.

Nos anos 1950 já é divulgada uma exibição televisiva musical, porém em um formato bem mais simples. No entanto, é apenas nos anos 1980, na “década do videoclipe”, que acontece uma explosão comercial. Com a estreia da MTV nos Estados Unidos em 1981 (aqui no Brasil ocorre apenas em 1990) os artistas encontram uma nova maneira de vender suas músicas. Conforme o estudo realizado pelo autor José Mário Ortiz Ramos, a ampliação da utilização de recursos audiovisuais integrados às músicas dão um novo fôlego para indústria fonográfica e até cinematográfica.

“Nos Estados Unidos a MTV (Music Television) começou a operar em 1981, tornando-se rapidamente um sucesso exibindo clipes durante as 24 horas do dia. E o videoclipe transitou da indústria do disco para a ficção audiovisual: filmes e séries foram concebidos nos moldes dos vídeos, como *Flashdance* do publicitário Adrian Lyne, *Purple Rain* (com Prince) e a série policial *Miami Vice*.” (RAMOS, 2004. p.214)

Aos poucos, os produtores de videocliques acabam formulando roteiros mais complexos, buscando chegar ao público com mais impacto. Como destaque de originalidade, está o vídeo do artista *pop* Michael Jackson, com a gravação de *Thriller*¹³.

“E o mais importante: graças ao papel catalisador da música pop, a que o vídeo clipe encontra-se estruturalmente associado, esta talvez seja a primeira vez que certas atitudes transgressivas no plano da invenção audiovisual encontram finalmente um público de massa” (MACHADO, 2000. p.174)

Um fator que integra, de forma fundamental, a expansão da música por meio do videoclipe é a transmissão televisiva. Nos anos 1980, o aparelho de TV, já está presente e popularizado nas casas das pessoas sendo um aliado para que os artistas mostrem seus trabalhos e um espaço de alta visibilidade, além da venda dos álbuns gravados. A televisão ajuda na disseminação desse conteúdo artístico, que tem inserção na indústria cultural. Um dos fatores principais é que, por meio da TV, as pessoas tendem a se identificar com o visual apresentado pela banda, além de apenas escutar uma das músicas compostas. Há com isso uma aproximação entre público e artista, por meio da imagem, criando também um maior interesse e reconhecimento, principalmente pelos jovens, que absorvem o material divulgado pelas produtoras fonográficas.

“Os aspectos sociais, técnicos e artísticos da televisão não podem ser tratados isoladamente. (...) O próprio meio de comunicação, contudo, insere-se no âmbito do esquema abrangente da indústria cultural e, enquanto combinação de filme e rádio, leva diante a tendência daquela, no sentido de cercar e capturar a consciência do público por todos os lados. A televisão permite aproximar-se da meta, que é ter de novo a totalidade do mundo sensível em uma imagem que alcança todos os órgãos, o sonho sem sonho. (...) Preenche-se a lacuna que ainda restava para a existência privada antes da indústria cultural, enquanto esta ainda não dominava a dimensão do visível em todos os seus pontos” (ADORNO, 1987. p.346).

¹³ <http://mundoestranho.abril.com.br/>, acesso em: 11 nov. 2013.

Mas por que não se expandir mais ainda? A transmissão televisiva e o videoclipe também servem como propulsores para uma presença de palco mais elaborada. A partir da popularização do gênero Rock e a tendência por produções cada vez mais elaboradas, os grupos passam a utilizar uma forma mais efetiva o espaço de arena onde fazem shows. Com isso, palcos enormes passam a ser cada vez mais comuns, integrados à cenários para apresentações performáticas. Como destaque neste quesito, estão as bandas Kiss e Yes.



Figura 3 - Arena Rock (Kiss): http://1.bp.blogspot.com/-u28k8M8DuF4/UKwJZn-CzhI/AAAAAAAAAis/GLH3XoKgXq8/s1600/KISS_Photo_Oficial.jpg

Nesta mesma década de 1980, alguns renomados grupos do Rock surgem ou se firmam no estilo, tornando-se referência na vertente musical. Dentre eles estão o AC/DC (1973 até a atualidade)¹⁴, Guns 'n' Roses (1985 até a atualidade)¹⁵, Bon Jovi (1984 até a atualidade)¹⁶, Whitesnake (1974 até a atualidade)¹⁷ e Van Halen (1974 até a atualidade)¹⁸.

Como expansão da influência das bandas citadas, temos como exemplo o guitarrista do Bon Jovi, Richie Sambora, que afirma ser grande fã e inspirado na trajetória de Joe Perry, guitarrista da banda Aerosmith, que tem carreira estabelecida cerca de 10 anos antes, ainda na década de 1970.

¹⁴ <http://www.acdc.com/>, acesso em: 03 nov. 2013.

¹⁵ <http://www.gunsnrosesbrasil.com/> (A banda começou com o nome Rose, mudou para Hollywood Rose e depois mudou para Guns 'n' Roses), acesso em: 03 nov. 2013.

¹⁶ <http://www.bonjovi.com/>, acesso em: 03 nov. 2013.

¹⁷ <http://www.whitesnake.com/>, acesso em: 03 nov. 2013.

¹⁸ <http://www.allmusic.com>, acesso em: 03 nov. 2013.

Nos anos 1990 outros estilos surgem para aumentar ainda mais a variedade exercida dentro do Rock. Temos como exemplo o *grunge*, *rock indie* e rock alternativo que têm como característica uma relação mais íntima com os seus fãs, produzindo concertos em espaços menores, em comparação com os grandes estádios que os grupos de *hard rock* e *heavy metal* costumam lotar. Nesta década, mais uma vez, o cenário se modifica: casas de shows menores com a apresentação de subgêneros de Rock, que inclui uma menor venda de ingressos e de álbuns.

Já nos anos 2000 uma nova safra de grupos aparecem no mercado musical, mostrando que o gênero Rock tem a versatilidade em sua essência, através das gerações. Com isso, vertentes que integram também o pop para suas composições de Rock se fazem presentes em bandas como The Strokes, The White Stripes, Libertines, dentre outras.

“O rock é muito mais do que um tipo de música: ele se tornou uma maneira de ser, uma ótica da realidade, uma forma de comportamento. O rock é e se define pelo seu público. Que, por não ser uniforme, por variar individual e coletivamente, exige do rock a mesma polimorfia, para que se adapte no tempo e no espaço em função do processo de fusão (ou choque) com a cultura local e com as mudanças que os anos provocam de geração a geração.” (CHACON, 1982, p.7)

2.2 Rock Brasil

O *Rock And Roll* chega ao Brasil de forma tímida, ainda nos anos 1950. O desembarque do gênero em território nacional tem influência no estilo musical que já está em expansão nos Estados Unidos e Inglaterra. As manifestações artísticas seguem o contexto da sociedade em que está aplicada. E não foi diferente com a inserção do Rock no Brasil: sua estrutura acaba sendo adaptada para os padrões da cultura nacional. As primeiras produções têm pouco espaço social e se deparam com um público ainda inexperiente perante o novo ritmo¹⁹.

¹⁹ <http://www.culturaemusica.com/>, acesso em: 12 nov. 2013.

O primeiro sucesso estreia em território brasileiro comandado por Nora Rey nos anos 1950, que a partir do primeiro *hit* americano “Rock Around The Clock” de Bill Halley, grava a música para o filme “Rock Around The Clock/Balanço das Horas”.

O estrangeirismo de cantar músicas em inglês cede lugar para o idioma nacional nas vozes dos artistas Tony e Celly Campello: o primeiro amplia a tonalidade rock brasileira com as canções “Boogie do bebê” e “Pertinho do Mar”, enquanto Celly emplaca sucessos como “Banho de Lua” “Lacinho cor-de-rosa” e “Estúpido Cupido”.

“As gravadoras vinham atrás dos cinemas e das rádios. A Odeon descobriu em Taubaté os irmãos Campello, Sérgio e Célia. Batizou-is artisticamente de Tony e Celly e pôs para gravar, em inglês, um compacto. Tony ficou com “Forgive me” no lado A e Celly, então com 16 anos, com “Handful boy”, no lado B. Ambas composições eram de Mário Genari Filho, diretor da companhia. Concorrendo com os dos astros americanos, o compacto dos Campello tomou uma sova nas lojas. O fracasso liberou a dupla para cantar em português mesmo. Nasceram ali os primeiros astros do rock brasileiro.” (DAPIEVE, 1995. p.13).

Na década de 1960 o Rock brasileiro ganha muita força com o surgimento da Jovem Guarda, liderada por Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléia. Ao mesmo tempo em que a Ditadura Militar impõe sua censura, a Jovem Guarda tenta, em contra partida, alcançar o público com suas músicas românticas e alegres como “O Calhambeque” e “É Proibido Fumar”. Segundo o autor Arthur Dapieve, uma reinvenção ocorre no estilo musical, com mais espaço instrumental, mas o rock permanece sem ser absorvido totalmente na cultura nacional.

“A Jovem Guarda avançava em relação à geração dos Campello tanto musical quanto tematicamente. As músicas não eram mero suporte para os vocais; para desespero dos puristas, a guitarras ocupava cada vez mais agressivamente o seu espaço. No amplo panorama da música brasileira, contudo, o rock ainda era ouvido como artigo importado e supérfluo.” (DAPIEVE, 1995. p.14).

Ao longo de seu trajeto nacional, o estilo se faz mais presente principalmente entre os jovens, ganhando mais seguidores e intérpretes. Nos anos 1970, bandas e artistas marcantes como Os Mutantes e Raul Seixas, chamam a atenção com seu visual excêntrico e letras de conteúdo social. Com destaque na história do Rock nacional está o grupo Secos e Molhados, que elabora performances repletas de aparatos visuais, com certa semelhança na banda americana Kiss. O grupo brasileiro composto por Ney Matogrosso, Gerson Conrad e João Ricardo tem a venda de 700 mil cópias em seu primeiro álbum, introduzindo no cenário nacional a importância do uso da imagem como incremento ao som, com caras pintadas e shows característicos.

Ao longo da década de 1980, o Rock brasileiro ganha grande espaço e visibilidade, não só no país como no mundo. É nessa época que o gênero se populariza no Brasil, com o surgimento de bandas como Barão Vermelho, Blitz, Ultraje a Rigor, Titãs, Paralamas do Sucesso, Legião Urbana, e muitas outras. Algumas permanecem fazendo shows enquanto outras estão imortalizadas devido ao impacto que permanece sob seu público. O cenário de repressão militar vigente na década acaba por gerar letras repletas de conteúdo “revolucionário” e com fundamentos na realidade brasileira. O caráter dessas bandas permanece na sociedade, marcado como sinônimo de luta contra a opressão dos donos do poder.

“Aquela nova geração de jovens, que começava a sair dos tempos de obscuridade da ditadura e pedia eleições diretas enquanto convivia com a crise econômica, teria outros hinos compostos por paulistanos. Como a bela Envelheço na cidade, até hoje o maior sucesso do Ira!, que falam dos jovens que acompanhavam impotentes a passagem do tempo. Ou a irreverente Rebeldes sem causa, de que o Ultraje a Rigor (...).

O Rock dos anos 80 ainda realizaria boas reflexões sobre a situação socio-política-comportamental do país, como Pra Começar, em que Marina pergunta ‘quem vai colar os tais caquinhos do velho mundo’. E Nos barracos da Cidade, em que outra presença perene da MPB, Gilberto Gil (...) falava dos desvalidos que não tinham mais ilusão no poder da autoridade (...)” (ALVES, 2002. p.7)

Outro acontecimento que exporta o Rock brasileiro para o mundo é o Rock in Rio, em 1985. Nesse evento, bandas renomadas na história desembarcam no Rio de Janeiro como Queen, Iron Maiden e AC/DC. É com esses icônicos artistas que grupos nacionais, ainda pouco conhecidos, dividem o palco.²⁰ Após esse festival de música, não só o Brasil, como também o mundo, tomam conhecimento do rock brasileiro, impactando assim a divulgação das bandas no exterior.

Nos anos 1990 o rock brasileiro começa a sintetizar uma mistura com outros ritmos de outras culturas, nascendo assim bandas como O Rappa e Skank, que utilizam em suas composições tonalidades que envolvem estilos como o *reggae* com *rock*, e outros subgêneros experimentais, como o acréscimo do *rap* feito por Charlie Brown Jr.

Outras bandas que contribuem para o enriquecimento do Rock brasileiro são Angra em 1991 e Sepultura em 1986 (essa última ganhando mais visibilidade apenas na década de 1990). Esses dois conjuntos são os pioneiros na inserção do *Heavy Metal* brasileiro, com letras em inglês. Esse novo gênero aos poucos se expande no país, trazendo outros grupos para a cena musical.

Para seguir a nova vertente do mercado fonográfico e de um público que começa a apreciar gêneros mistos, com um jeito mais pop, bandas já consagradas como Paralamas do Sucesso e Barão Vermelho modificam as suas composições, adaptando algumas características para se manter a venda de discos e sua posição no mercado.

A década de 2000 no Brasil absorve grande influência do que acontece no exterior, com a ajuda da internet que se faz cada vez mais presente nas casas das pessoas. As redes sociais, como o Facebook e o Twitter, ganham grande espaço. Aqui no Brasil o Orkut faz mais sucesso, fazendo inclusive que a empresa criadora, Google, crie uma versão em português, inicialmente não planejada. No mesmo período, há o surgimento do rock Emo²¹, que apresenta grupos como CPM22 e

²⁰ <http://rockinrio.com/>, acesso em: 13 nov. 2013.

²¹ O termo “Emo” vem do estilo *emotional hardcore* (<http://www.significados.com.br/>, acesso em: 14 nov. 2013), estilo de música que nasce nos anos 1980 mas ganha força apenas na passagem da década de 1990 para 2000.

NxZero. As bandas falam de forma direta com o público, com visual juvenil e letras com uma temática voltada para os sentimentos.

2.3 Bandas e Logos

O mercado fonográfico é um meio artístico e empresarial, no qual as bandas são comercializadas. Para que sua divulgação seja mais eficiente, os conjuntos buscam produzir seus próprios logos e/ou símbolos. Ao longo deste trabalho veremos alguns exemplos das principais identidades visuais do Rock, desde as mais simples até as que envolvem elaborações mais completas.

- Beatles:



Figura 4 – Logo Beatles: [http://2.bp.blogspot.com/](http://2.bp.blogspot.com/uuLXN2VqWE/TubZFtryR6I/AAAAAAAAABE/tLPagUaB0ns/s1600/thebeatles-wallpaper.blogspot.com_logo.jpg)

[uuLXN2VqWE/TubZFtryR6I/AAAAAAAAABE/tLPagUaB0ns/s1600/thebeatles-wallpaper.blogspot.com_logo.jpg](http://2.bp.blogspot.com/uuLXN2VqWE/TubZFtryR6I/AAAAAAAAABE/tLPagUaB0ns/s1600/thebeatles-wallpaper.blogspot.com_logo.jpg)

A identidade visual dos Beatles é bem simples, sendo apenas tipográfica. Esta é trabalhada com base em um logotipo com tipologia levemente serifada. As letras que integram o projeto são muito bem encaixadas, lembrando o estilo e o ritmo musical que os membros da banda apresentavam em seu início de carreira.

O logo é usado apenas em uma única cor, criando assim esse contraste de fundo branco e texto preto, oferecendo uma ótima leitura e compreensão. A marca *The Beatles*, como é conhecida hoje, com o “T” esticado e o “THE” menor em cima. A criação é de Ivor Arbiter, dono da loja onde Ringo encomenda sua primeira

bateria. Esta, no entanto, não está disponível na cor desejada pelo baterista dos Beatles e acaba sendo encomendada pelo artista. Com isso, o dono da loja, durante a conversa para a elaboração do instrumento personalizado, acaba desenhando o logotipo em um pequeno rascunho. O design, porém, não é creditado legalmente em seu nome.²²

- Rolling Stones:



Figura 5 – Logo Rolling Stones: <http://louderthanwar.com/wp-content/uploads/rolling-stones-tickets.jpg>

Ao contrário dos Beatles (e muitas outras bandas), os Rolling Stones não elaboram uma identidade visual determinada e característica. Em 1971, o designer gráfico John Pasche é chamado para ilustrar o encarte do álbum *Sticky Fingers*, para o qual cria o popular ícone em formato de boca, que aparece na parte de dentro. No entanto, este tem uma grande repercussão e, como mostrado mais abaixo, é repetido em vários momentos ao longo da história da banda.

“A ideia original para o logo era para um selo para a identidade da própria gravadora dos Rolling Stones em 1971. A imagem foi inicialmente reproduzida no interior do encarte do álbum *Sticky Fingers* em alguns cantos do mundo.” (PASCHE, John)²³

²² <http://obaudoedu.blogspot.com.br>, acesso em: 03 nov. 2013.

²³ Tradução livre feita pelo autor da monografia diretamente do site <http://www.johnpasche.com/>, acesso em: 15 out. 2013.

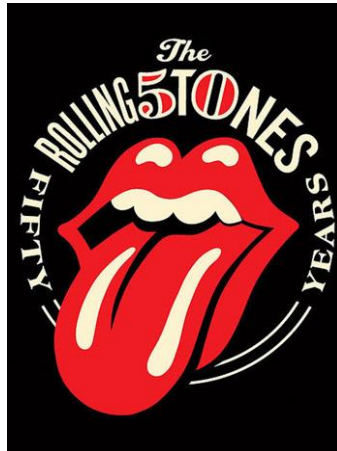


Figura 6 – Logo 50 anos dos Rolling Stones:

http://www.hollywoodreporter.com/sites/default/files/2012/06/new_rolling_stones_logo.jpg



Figura 7 – Logo turnê americana de 1978: [http://1.bp.blogspot.com/-](http://1.bp.blogspot.com/-MSSGaxDWFmg/Tm9xq1dxQNI/AAAAAAAAADUY/TQBdpwiqOR8/s640/rolling-stones-78-tour-t-shirt-logo.jpeg)

[MSSGaxDWFmg/Tm9xq1dxQNI/AAAAAAAAADUY/TQBdpwiqOR8/s640/rolling-stones-78-tour-t-shirt-logo.jpeg](http://1.bp.blogspot.com/-MSSGaxDWFmg/Tm9xq1dxQNI/AAAAAAAAADUY/TQBdpwiqOR8/s640/rolling-stones-78-tour-t-shirt-logo.jpeg)

- Queen:



Figura 8 – Logo Queen: http://goodlogo.com/images/logos/queen_logo_3009.gif

Nesse terceiro exemplo a banda Queen, podemos ver um logo construído de uma forma mais completa. A arte possui mais elementos em sua composição e a presença de detalhes significativos para a formação do conjunto. Para começar, a identidade visual da banda utiliza uma fonte romana, que se identifica com a maneira com que o grupo se apresenta. O próprio nome da banda segue essa vertente e é representado também como uma suposta homenagem à rainha da Inglaterra: com um visual bem mais sério, o símbolo da banda tem uma referência à realeza inglesa.

O logo, desenhado pelo próprio Freddie Mercury²⁴ apresenta vários elementos. O primeiro é a letra “Q”, de Queen, localizada no centro em conjunto com uma coroa em seu interior, sendo uma referência ao brasão da Coroa Britânica. Em seguida, podemos ver ao redor os animais que integram os signos do zodíaco referentes ao aniversário de cada integrante da banda. O leão, que se repete dos dois lados, representa Roger Taylor e John Deacon. Já as duas fadas que os acompanham, fazem referência à Freddie Mercury. O caranguejo em cima do brasão indica a presença de Brian May. Os três elementos representam assim, respectivamente, os signos de Leão, Virgem e Câncer. A Fenix, presente no topo do logo, é o simbolismo de um animal imortal para uma banda imortal.²⁵

²⁴ <http://simbology.blogspot.com.br>, acesso em: 15 out. 2013.

²⁵ <http://bohemianq.blogspot.com.br/>, acesso em: 15 out. 2013.

- The Who:



Figura 9 – Logo The Who: <http://cdn-7.famouslogos.us/images/the-who-logo.jpg>

No exemplo da banda The Who podemos ver mais uma vez uma referência à Inglaterra, pois utiliza as cores da bandeira britânica. O logo da banda é desenhado pelo artista Brian Pike, que aplica na arte uma fonte bastão em negrito, com os dois “H”s do nome unificados, representando união. A seta que sai da última letra (“O”) é uma associação ao símbolo masculino, representando potência do homem. No fundo, é criado uma espécie de alvo contendo as três cores da bandeira da Grã-Bretanha: azul, branco e vermelho²⁶.

²⁶ <http://www.famouslogos.us>, acesso em: 15 out. 2013.

3 IMPORTÂNCIA DA MARCA

Na sociedade contemporânea, as marcas integram parte fundamental no cotidiano das pessoas. Essa realidade tem em suas raízes no desenvolvimento produzido na pós-modernidade, principalmente para os elementos comerciais e industriais. Com isso, a relação com o público também entra em uma fase de mutabilidade até alcançar os modelos dos dias atuais. Como características, podemos citar a transitoriedade da sociedade e seus elementos fluidos, impactados pela evolução tecnológica. Mas com tanta mudança e concorrência acirradas, como criar algo novo? Para alcançar o sucesso, é necessário uma profunda análise e estudo de todos os termos que acercam a temática. Quesitos devem ser levados em consideração não apenas para atingir o mercado com o produtor elaborado, como também se enquadrar nas expectativas do público-alvo que se procura atingir.

Pensar na produção e nos detalhes de uma marca não é algo simples, como é explicitado na monografia de Renata Fonseca e Aline Sena (2008), com a referência de que desde o momento em que acordamos até a hora em que vamos dormir, estamos sempre em contato com várias marcas de diversos segmentos. Algo presente de forma substancial no dia a dia de pessoas com todas as idades. Mas, afinal, como se destacar no meio de tantas marcas gritando por atenção o tempo todo?

Para começar, deve ser levado em consideração o modo como é elaborada essa peculiar representação gráfica já que ela causa impacto direto em quem observa e gera impressões das mais diversas. Campos humanos como o emotivo, cultural e social fazem parte dessa complexa percepção dos fatores dispostos na construção de uma marca. (BATLEY, 2010).

Como principais elementos para a construção gráfica de uma marca, estão presentes itens como nome, tipografia e as cores utilizadas. Esses pontos específicos não podem ser escolhidos ao acaso, necessitando, de forma fundamental, de uma conexão entre si. O objetivo é criar um vínculo entre a marca e o público-alvo e transformar suas percepções em uma relação positiva e, por vezes, com vínculos emotivos.

“O importante é envolver-se com as novas realidades da emoção. Temos de descobrir o que elas significam para nós. Como afetam o comportamento. E então fazer algo em relação a elas. O pessoal de marketing *fala* sobre emoção. Eles apresentam gráficos e diagramas, até elevam as vozes e gesticulam, mas fundamentalmente tratam a emoção como... algo externo, que outro sente, e que é passível de manipulação” (ROBERTS, 2005, p.43)

O percurso emotivo também é utilizado para fazer a diferença perante os concorrentes. Integrando este elemento, o conjunto de itens presentes na marca deve criar destaque e ser perceptível. Assim, quando são bem concebidas e alcançam o êxito nestes quesitos, tendem a se fixar, com mais intensidade, na mente das pessoas.

"Antigamente, os elementos institucionais das marcas eram, quase sempre, desenhados por seus donos e, com o tempo, se os produtos ou serviços fornecidos eram bons, acabavam por fixar-se nas mentes dos compradores.

Mas a época do “primo da minha mulher que é um artista” ou do “funcionário que tem um jeito para desenho e vai criar meu logotipo” está acabando.

Hoje em dia, a concorrência é de tal ordem que não há mais espaço para improvisos ou capital para se desperdiçar. A criação de uma identidade visual deve ser feita por designers gráficos. Esses profissionais sabem, de forma objetiva e precisa, manipular toda uma série de teorias e técnicas capazes de transformar os elementos institucionais nos verdadeiros espíritos das marcas que representam." (STRUNK, 2001, p.68).

O mercado globalizado atual tende a produzir seus produtos em uma maior quantidade no mais curto período de tempo possível. Com isso, tem adquirido essa característica mais agressiva e competitiva, por isso todos os detalhes precisam ser trabalhados da forma mais eficiente possível. No entanto, ponderar um projeto artístico nesses parâmetros não é tão simples, afinal é necessário levar em consideração quesitos abstratos como inspiração e criatividade.

No caso da construção de uma identidade visual, essa produção é elaborada, preferencialmente, por um profissional envolvido na área de Comunicação, Design e Artes. Tal responsável deve compreender sobre os pontos essenciais na manipulação de determinados elementos, tais como fontes tipográficas, cores,

desenhos e/ou símbolos. O objetivo final é produzir uma representação gráfica ideal para a marca em questão.

Para muitos esse é um trabalho de um artista, no entanto, há uma grande diferença entre o campo da Comunicação e o campo das Artes. Cada ambiente compreende uma finalidade diferente, ainda que haja uma certa semelhança e integração no tipo de trabalho. O artista desenvolve a percepção dos elementos que integram o espaço, com inspiração ampla ou próxima, e transforma esses pontos, através de técnicas artísticas, em seu produto final, seja na vertente literária, plástica ou musical.

Já o profissional de Comunicação trabalha com códigos, sejam visuais, escritos ou sonoros. As técnicas artísticas são adaptadas e utilizadas também na elaboração da marca, que visa transmitir uma determinada mensagem ou intuito para a sociedade. Assim, são utilizadas pelo responsável da produção ferramentas e aplicações de seus conhecimentos no campo das artes. O publicitário, por exemplo, planeja uma conexão entre o público e determinado produto, marca ou serviço. Com isso, ele pode criar uma mensagem específica, direcionada para pessoas de determinado nicho, com a finalidade de que estas sejam capazes de decifrar e se identificar.

Na produção da marca, a elaboração de um nome específico é um dos pontos cruciais, tendo uma série de conceitos formulados especialmente para este caso. A partir de um amplo questionamento que é feita a correta comunicação da marca, tentando eliminar todos os possíveis ruídos que possam ocorrer. Não podemos criar a marca de uma empresa que oferece tubulações e chamá-la de “pingos”: a imagem transmitida é a de que sempre haverá algum tipo de vazamento nos canos dessa marca. Ou seja, seria uma identidade falha, remetendo o consumidor à uma ideia negativa.

Assim, compreende-se que a produção é sempre alvo das interpretações produzidas pelo humano, sensível à interferências externas que incluem o significado das palavras. Uma transmissão de insucesso neste canal comunicativo, como é exemplificado na falha do nome escolhido (pingos) pode prejudicar de forma substancial a inserção da marca: a mensagem transmitida, seja por elementos

gráficos ou recursos de mídia, precisa ser claramente decodificada pelo seu público, sem desvios de significado para que não ocorra algum ruído.

Outro ponto que interfere no entendimento da marca é a inclusão inadequada da empresa em um ramo ou nicho específico. Uma análise dos fundamentos da produção deve ser pré-estabelecida para a elaboração de uma divulgação eficiente.

“A IBM só começou a navegar com boa visibilidade depois que descobriu que não estava no ramo da produção de máquinas e equipamentos para escritórios e sim no processamento da informação” (MCLUHAN, 2011. p.23)

Como continuação para a produção da identidade visual, a escolha das cores toma seu espaço de estudo. A oferta é grande, seja por tonalidades diferentes ou cores “especiais”, presentes ou não na natureza: tonalidades quentes, frias, alegres, tristes, leves e pesadas²⁷. Por isso é essencial que a escolha da escala se encaixe perfeitamente, não só com o título escolhido como também no ramo da empresa ou segmento do produto. Os impactos visuais despertados pelas cores permeiam os mais diversos campos humanos, se projetando com uma recepção instantânea, por isso deve ser analisada de forma cuidadosa para não transmitir percepções indesejadas.

“Assim como outros códigos que a mídia utiliza, a própria expressão das cores deve ser pensada como uma estrutura que se adapta ao veículo/suporte da comunicação, aos objetivos e às intenções dos meios de comunicação e ao meio cultural no qual é gerada e no qual atua” (GUIMARÃES, 2003. p.21)

Já o símbolo, quando é utilizado, também causa grande impacto na construção da identidade visual. A escolha pode representar, de uma forma mais

²⁷ <http://producaografica.com.br/>, acesso em: 20 out. 2013.

ilustrativa, o ideal da marca de maneira mais “imediata” para o consumidor e também é alvo de múltiplas interpretações.

Abaixo são apresentados os três elementos principais de um logo, como Gilberto Strunk explica em sua obra “Como criar identidades visuais para marcas de sucesso” (2007) a partir do logo da TV Globo:

a) Logotipo:

É a escrita do nome a partir de um alfabeto padrão. No caso criado especificamente, mas também pode ser utilizada uma fonte já existente.



Figura 10 – Logotipo TV Globo: http://www.brandsoftheworld.com/sites/default/files/logo_globohome.png

b) Símbolo:

É um signo gráfico para representar uma marca. Nem todos os logos possuem um símbolo.



Figura 11 – Símbolo TV Globo:

http://images3.wikia.nocookie.net/__cb20100903180433/logopedia/images/e/e6/Globo-Network-Logo-%282008%29.png

c) Assinatura Visual:

É a união do logotipo com o símbolo. Dependendo de como tenha sido criada a marca, a assinatura visual pode ser usada apenas de uma maneira ou de várias formas.



Figura 12 – Assinatura Visual TV Globo: http://www.brandsoftheworld.com/sites/default/files/logo_globohome.png

3.1 Importância da marca para o Rock

Assim como uma empresa, produto ou serviço, um grupo musical também precisa ter uma identidade visual para que possa ser reconhecido e divulgado, tanto comercialmente quanto artisticamente. Em sua identidade visual, é necessário que o conjunto expresse seu estilo musical, o ambiente em que se enquadra e o vínculo que deseja fazer com o público. Parece simples criar a assinatura de uma banda, no entanto diversos aspectos diferentes estão envolvidos neste processo de criação.

Algo que sempre acompanha o Rock, desde o seu início, é o elemento visual. Seja na época dos Beatles, com seus ternos e cortes de cabelos típicos, ou na época de Pink Floyd, com recursos de apoio no palco gigantescos, sempre há uma preocupação com a imagem apresentada, que servem de apoio para a música composta.

Ao longo de sua evolução, o Rock se desenvolve em inúmeros subgêneros, cada um com seu próprio estilo visual, tanto na parte gráfica de seus álbuns quanto

na elaboração das apresentações em palco. Alguns exemplos de destaque podem ser citados, levando em consideração uma análise no quesito relacionado à imagem:

- Yes:



Figura 13 – Logo Yes:

http://3.bp.blogspot.com/-6LLhkK1i1ul/UMdya8_DibI/AAAAAAAAAco/5e3Sr69zb9I/s1600/yes-logo.jpg

A Yes é uma das primeiras bandas a ter uma identidade visual singular. Além de um logotipo bastante conceituado, criado por Roger Dean, a banda de Rock Progressivo tem capas de álbuns e cenários muito característicos de sua música²⁸. O conjunto ainda influencia inúmeros outros grupos musicais, que passam a usar mais o espaço de palco para projetar performances, com o objetivo de atrair mais o público para seus shows.

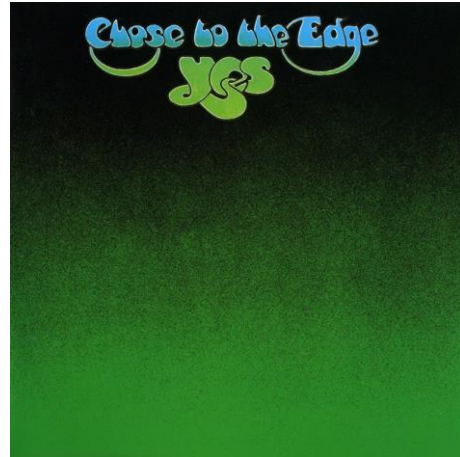
²⁸ Para maiores informações consultar: **Views**, DEAN (1985) e **Magnetic Storm**, DEAN (1984).

- Capas de Álbuns:

1



2



3



4

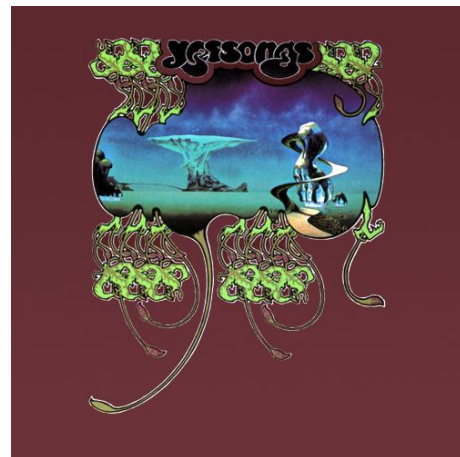


Figura 14 – Álbuns Yes²⁹

²⁹ Álbuns Yes: 1- Frigile (1972); 2- Close to the Edge (1972); 3- Yessongs (1973); 4- Tales from Topographic Oceans (1973). Imagens retiradas do site <http://www.yesworld.com/>, acesso em: 03 nov. 2013.

- Imagens ao vivo:

1



2



Figura 15 – Imagens ao vivo Yes³⁰

- Kiss:



Figura 16 – Logo Kiss: <http://marzipanman.files.wordpress.com/2013/01/kiss.gif>

Uma das bandas que, sem dúvida, mais utiliza todos os elementos visuais possíveis é a banda Kiss. O grupo é conhecido principalmente pelas roupas que usam, maquiagens totalmente diferente de tudo que é feito até então, instrumentos específicos (como o baixo em formato de “machado” do Gene Simmons). Dentre os recursos utilizados estão fogos de artifício e até sangue. O Kiss eleva toda a

³⁰ Imagens ao vivo: 1- 1975 (<http://yesmuseum.org/images/stageCircus-Sept76.JPG>, acesso em: 12 nov. 2013.); 2- 2009 (http://www.frontiers.it/m/uploads/photos/yes_live.jpg, acesso em: 12 nov. 2013).

teatralidade das bandas à um outro nível já existente, assustando muitos, principalmente os mais conservadores, e atraindo mais seguidores, os que mais se identificam com a rebeldia do *Rock and Roll*.

- Capas de Álbuns:

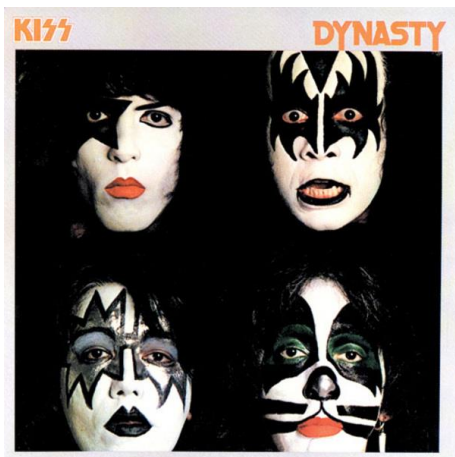
1



2



3



4

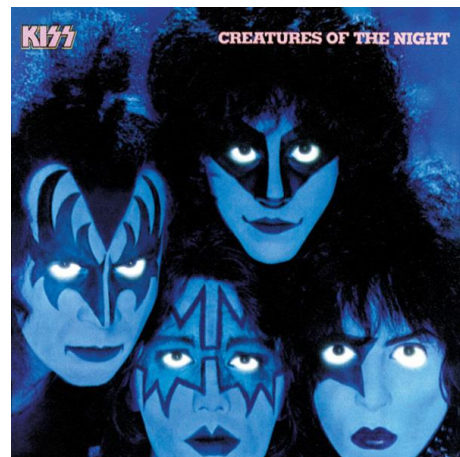


Figura 17 – Álbuns Kiss³¹

³¹ Álbuns Kiss: 1- Destroyer (1976); 2- Love Gun (1977); 3- Dynasty (1979); 4- Creatures of The Night (1982). Imagens retiradas do site <http://www.kissonline.com>, acesso em: 12 nov. 2013.

- Imagens ao vivo:

1



2



Figura 18 – Imagens ao vivo Kiss³²

- Kiss & Secos e Molhados:

Como citado no capítulo anterior, não é apenas no exterior que o Rock tem sua longa história contada. Assim como a banda Kiss, aqui no Brasil temos o grupo Secos e Molhados que na mesma época (década de 1970), composta por Ney Matogrosso, Gerson Conrad e João Ricardo, aparece com uma característica semelhante: as pinturas do rosto. Cada grupo tem sua maquiagem baseada em elementos distintos. Em Kiss os membros da banda criam um personagem a partir de sua personalidade e para aprimorar mesclam ainda fragmentos de super-heróis, como as botas de saltos enormes. Assim, cada artista dá vida a seu próprio personagem: Gene Simmons é *The Demon*, Paul Stanley é *The Starchild*, Peter Criss é *The Catman* e Ace Frehley é *Space Man*. Já o grupo Secos e Molhados tem maquiagens inspiradas na Tropicália, movimento cultural brasileiro que surge nos anos 1960.

³² Imagens ao vivo Kiss: Retiradas do site <http://images5.fanpop.com>, acesso em: 12 nov. 2013.

Abaixo podemos ver essas semelhanças das duas bandas:

1



2



Figura 19 – Kiss & Secos e Molhados³³

- Iron Maiden:



Figura 20 – Logo Iron Maiden: http://midia.drifterrock.com/2012/07/IronMaiden_Logo.jpg

A banda inglesa Iron Maiden pertence a um outro subgênero do Rock, o *heavy metal*. Um estilo mais pesado e, em muitos casos, mais conceitual que vai além de uma atitude como a rebeldia e roupas pretas. A banda em questão possui muitos conceitos criados ao longo da carreira, desde o nome escolhido para o grupo - que é

³³ 1- Kiss: <http://images5.fanpop.com/image/photos/30700000/-KISS-kiss-30725681-800-600.jpg>, acesso em: 12 nov. 2013;

2- Secos e Molhados: http://www2.uol.com.br/secosemolhados/novo_site/imagens/photos/jr16.jpg, acesso em: 12 nov. 2013.

inspirado no instrumento de tortura de mesmo nome usado no filme “O Homem da Máscara de Ferro” de 1939 – até o mascote “Eddie”, criado por Derek Riggs a partir da inspiração despertada por um cartaz da Segunda Guerra Mundial. Ao longo dos anos, o personagem *Eddie* é desenhado por vários ilustradores³⁴.

O Iron Maiden apresenta diversos elementos visuais em seus shows, como bandeiras ou até mesmo o próprio mascote “Eddie”, que aparece como um boneco gigantesco. Essas representações acontecem porque cada música tem um significado, uma referência a fatos históricos, de literatura ou batalhas. Um exemplo ocorre durante a canção “The Trooper”, que fala sobre a Batalha de Balaclava (1854). Nesse momento o vocalista Bruce Dickinson tem o hábito de balançar a bandeira britânica como é ilustrado na imagem abaixo.



Figura 21 – Bruce Dickinson em “The Trooper”:

<http://media.classicrockmagazine.com/wp-content/uploads/2013/07/maiden.jpg>

³⁴ <http://ironmaidenbrasil.com>, acesso em: 28 out. 2013. Além de Derek Riggs, “Eddie” foi ilustrado em outros momentos por outros ilustradores como Tom Adams, na coletânea “Edward The Great”, e Bob Cesca e Camp Chaos que o desenharam para diversos clipes da banda.



Figura 22 – Mascote Eddie: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/00/Iron_Maiden's_Eddie.jpg

4 AMPLITONES: COMEÇO E AMPLIAÇÃO

Antes do fenômeno da internet a formação de bandas musicas ocorre no convívio social. As pessoas se conhecem em bares, shows, escolas e outros lugares semelhantes. Os grupos se formam a partir de encontros presenciais, nos quais as afinidades musicais são percebidas.

No entanto, o caso da banda Amplitones é um pouco diferente. Antes de tocarem juntos os artistas começam a interagir, através do site “Tô Sem Banda” – site para tal propósito³⁵. A rede funciona de forma bem simples: basta que a pessoa crie seu perfil, com as características mais básicas procuradas entre os músicos (nome, idade, instrumento(s) dominante(s), influências, equipamento, histórico, entre outros). Após essa etapa, os integrantes ficam em uma espécie de “catálogo”, no qual todos fazem buscas por músicos e/ou bandas.

Na era da Internet, as relações acabam por se estabelecer de forma mais rápida, seguindo a velocidade da informação transmitida por meio dos aparatos tecnológicos cada vez mais inseridos no cotidiano das pessoas. No ambiente virtual, se faz mais simples a separação dos interesses sociais em nichos, com indivíduos conectados por interesses em comum. Este é o caso do site “To Sem Banda”, direcionado para grupos que buscam músicos integrantes e vice-versa. Conforme o autor Chris Anderson, “A Internet possibilita a eliminação da maioria das barreiras físicas à seleção ilimitada” (2006, p.47).

Em junho de 2012, quatro músicos se encontram através do site em questão, se identificando por características como estilo musical e localidade. Mesmo com a intenção de achar ainda um quinto músico para a banda, Flavio Gerecht, Gustavo Silva (apelidado de Salph), Leonardo Jordão e Wander Franklin se encontram para começar a discutir nos ensaios como será o grupo e avaliar quesitos como estilo e repertório. Como todos são moradores do bairro da Barra da Tijuca, Rio de Janeiro, se encontram com bastante frequência tanto para socializar quanto para tocar.

³⁵ <http://tosembanda.com/>, acesso em: 04 nov. 2013 (em pesquisa feita, não foi encontrado outro site com tal propósito).

Ainda sem nome, o repertório vai sendo decidido e ensaiado, até que após poucos meses há uma primeira mudança de formação: o guitarrista base Wander precisa abandonar o projeto por motivos pessoais e pela falta de tempo disponível para se dedicar. Nessa hora, Leonardo chama um guitarrista conhecido de outra banda que teve para fazer um teste, integrando, então, o novo guitarrista base, Bruno Souza.

Os ensaios passam a ocorrer todos os finais de semana. Eventualmente, são feitos testes com outros músicos para ocupar a quinta posição, até que no final do ano, o vocalista Gustavo avisa que precisará se mudar para a região Sul. Mesmo com essa notícia, o grupo não se abala e, por mais que o companheiro faça falta, o trio restante permanece à procura de músicos que ocupem as posições faltantes. Durante os testes, a banda integra Juliana Chaer, uma amiga de Flavio, que foi aprovada por todos para liderar os vocais.

Poucos meses depois, entre várias conversas virtuais e presenciais, a ideia de um nome surge para a banda: Amplitones. Desde então, o conjunto continua os ensaios, ampliando seu repertório e à procura de um quinto músico para ser o guitarrista solo. Uma das finalidades para a formação é apresentação de seus arranjos musicais em bares pelo Rio de Janeiro.

4.1 – Perfil Visual

As características individuais e as influências musicais de cada membro da banda se completam e formam um todo harmônico. No dia 23 de Agosto de 2013 é feita uma entrevista com todos os integrantes da banda para a coleta das informações citadas logo abaixo, onde é detalhado o perfil de cada um separadamente.

- Bruno Borges (guitarra):



Figura 23 – Bruno Borges

Formado em Publicidade e Propaganda pela ESPM e concluindo a segunda graduação em Administração pela faculdade Estácio de Sá, Bruno tem suas principais influências no *Hard Rock* e *Heavy Metal*, muito embora aprecie bastante outros subgêneros do Rock, como *Punk Rock*, *Grunge* e Rock Progressivo. Começa a tocar violão e guitarra por conta própria, se tornando assim autodidata. O guitarrista da banda possui uma maneira de tocar bem característica de guitarrista base, tendo pedais e efeitos cuidadosamente escolhidos e manipulados para cada música.

- Influências: Iron Maiden, Kiss, AC/CD, Mr. Big, Gotthard, Guns 'n' Roses, Green Day, Judas Priest.

- Flavio Gerecht (baixo):



Figura 24 – Flavio Gerecht

Formado em Engenharia de Controle e Automação pela PUC-RJ, o baixista possui influências mais diversas, procurando referências principalmente por grandes baixistas. Flavio começa tocando teclado, mas aos poucos, vendo que muitas bandas não usam teclado, preferiu trocar de instrumento, indo para o baixo, se espalhando em seu grande ídolo Geddy Lee, baixista da banda Rush. Para dar mais peso às músicas, escolhe o baixo de cinco cordas, perfeito por tal característica.

- Influências: Rush, Pink Floyd, Dream Theater, Iron Maiden, Alice In Chains, Guns 'n' Roses, Bon Jovi, AC/CD.

- Juliana Chaer (vocaís):



Figura 25 – Juliana Chaer

Formada em Medicina pela Unigranrio, a vocalista da banda traz um estilo de cantar um pouco diferente, com influências no *blues* como Carmen McRae e outras vocalistas do estilo. Juliana possui uma maneira única de cantar misturando um pouco de *blues* e *hard rock*.

- Influências: Eric Clapton, AC/CD, Foo Fighters, Pearl Jam, Bon Jovi, Pink Floyd, Jack Johnson, Gary Moore, Carmen McRae, Bobby McFerrin.

- **Leonardo Jordão (bateria):**



Figura 26 – Leonardo Jordão

No final de sua graduação em Publicidade e Propaganda pela UFRJ, o baterista começou seu contato com a música no ensino médio com violão e ao se interessar pelo assunto, foca na guitarra solo. Após ter alguma experiência como guitarrista solo, Leonardo começa a tocar bateria pelo interesse que tem pelo instrumento. O que seria provisório acabou sendo permanente, ocupando o posto de baterista da banda. Apesar de ouvir um pouco de diferentes estilos, suas principais influências estão no *hard rock*, com uma pegada média e precisa e quando necessário, uma maior velocidade.

- Influências: Mr. Big, Bon Jovi, Gotthard, Richie Sambora, Aerosmith, Van Halen, Def Leppard, Paul Gilbert, Iron Maiden.

4.2 Desenvolvimento do logo

Para criar uma identidade visual para a banda, é preciso analisar e estudar como se comportam alguns logos que sejam referência para o grupo no aspecto musical. Ao ver alguns logos que são influência para todos, principalmente os mais marcantes, podemos então nos inspirar nos mesmos para a criação de um logo para a banda.

Dentre vários logos estudados, eis abaixo alguns que foram as principais referências visuais para essa construção:

1



2



3



4



5



6



Tabela 1 – Logos de diversas bandas³⁶

Após uma observação e análise desses e outros logos, é possível fazer algumas observações que aos poucos vão indicando o que o ideal para o logotipo da banda.

³⁶ Logo 1 - AC/DC: http://danielcolombo.files.wordpress.com/2010/03/ac_dc_wallpaper_by_erdemmm.jpg, acesso em: 15 set. 2013.
 Logo 2 - Bon Jovi: <http://www.logoinn.net/wp-content/uploads/2010/11/11.jpg>, acesso em: 15 set. 2013.
 Logo 3 - Deep Purple: <http://metalriot.com/wp-content/uploads/deep-purple.jpg>, acesso em: 15 set. 2013.
 Logo 4 - Gotthard: http://www.spirit-of-rock.com/les%20goupes/G/GOTTHARD/pics/307957_logo.jpg, acesso em: 15 set. 2013.
 Logo 5 - Kiss: <http://marzipanman.files.wordpress.com/2013/01/kiss.gif>, acesso em: 15 set. 2013.
 Logo 6 - Scorpions: http://musicwalls.org/walls/scorpions_logo_wallpaper-normal5.4.jpg, acesso em: 15 set. 2013.

Desses logos apresentados acima, é possível ver que apenas dois deles utilizam uma fonte serifada, mostrando assim a predominância de fontes com outros acabamentos para logotipos desse segmento, principalmente cortes mais agudos das letras, como podemos ver muito bem definidos nos logos das bandas Deep Purple e Kiss. Além disso, outra preferência que é evidente na maioria das tipografias é o espaçamento das letras mais estreito, criando assim um bloco que apresenta melhor a marca da banda.

Por outro lado, podemos analisar uma opção feita por poucas bandas que é a utilização de um símbolo, presente apenas no logo do Scorpions. Isso mostra algo que não é muito presente nas marcas de bandas desse gênero.

Feita essa análise desses e outros logos, acaba sendo elaborado o logotipo da banda Amplitones. Abaixo podemos observar as etapas para esse processo de criação.

Inicialmente são testadas algumas tipologias em diferentes estilos, como com aplicação de sombra, contorno, etc., sempre pensando em fundo branco e preto, por serem contrastes opostos tanto em cores aditivas (CMYK) – usadas para impressão - quanto em cores subtrativas (RGB) – usadas para monitores³⁷.

- NFS:

A fonte NFS é testada tanto com preenchimento uniforme (preto em fundo branco e vice-versa) quanto com *outline*. O fato de ser em formato itálico prejudica um pouco sua leitura, além do fato das letras serem bem grudadas umas nas outras. O texto apresenta certos “buracos” com essa fonte, prejudicando ainda mais o logotipo.

AMPLITONES
AMPLITONES



Figura 27 – Fonte NFS

³⁷ <http://producaografica.com.br/>, acesso em: 20 out. 2013.

- Orion Pax:

É testada também a fonte Orion Pax, em diferentes diagramações – aproximando e afastando as letras. No entanto, a tipografia apresenta sempre um certo desequilíbrio harmônico entre as letras, causando um pequeno desconforto em sua leitura.



Figura 28 – Fonte Orion Pax

- Warlock:

Outra fonte considerada é a Warlock. Essa tipologia é testada principalmente com a aplicação de um contorno e uma sombra, o que acaba não apresentando um resultado satisfatório devido a certos ruídos apresentados que acontece, por exemplo, com a letra “i”.



Figura 29 – Fonte Warlock

- Origicide:

Finalmente é usada a fonte Origicide, que apresenta um melhor resultado. Testes com a aplicação de um contorno são elaborados, porém a opção de cor uniforme, sem o *outline*, prevalece. Essa é uma fonte da família lapidária, ou bastão,

que por apresentar um pequeno contraste, é aconselhada para leituras rápidas, e desaconselhada para leituras longas (FERNANDES, 2006, p.32-33). Por esse motivo é escolhida uma tipografia com tais características.



Figura 30 – Fonte Origicide

Posteriormente, alguns ajustes são feitos. Para criar um padrão de espaçamento entre as letras e de tamanho das hastes, é preciso manipular as letras individualmente de forma manual, como é mostrado na imagem abaixo:



Figura 31 – Ajustes manuais

Para chegar ao resultado final, os espaçamentos têm ajustes para que uniformes. Além disso, a letra “L” tem sua trave reduzida, se aproximando da estética apresentada na letra “T”. Tal modificação é feita, pois é observado que no formato original da tipografia, existem dois espaços contrastantes em torno das letras “L” e “T” ao mesmo tempo em que o espaçamento dos conjuntos de letras

“AMP” e “ONES” são bem menores, estes tendo que ser aumentados. Dessa forma, tendo esses espaços igualados, o desconforto da leitura diminui.³⁸ Após o espaço entre as letras e todas as hastes são igualadas, chegou-se ao resultado tipográfico final do logotipo:



Figura 32 – Logo Amplitones

Após a escolha da tipografia, e todos os ajustes feitos, é preciso determinar a cor. Para isso é considerado os lugares nos quais o logo da banda será mais usado. Assim como vimos mais acima algumas diferenças tipográficas entre os logotipos, podemos também ver um elemento predominante em todos os logos. É a construção dos mesmos para uma aplicação em um fundo preto ou escuro. Isso ocorre porque logos em tipologias claras tem uma melhor visibilidade e leitura em ambientes escuros como os lugares que são feitos shows que por sua vez possuem pouca luz ou com iluminação reduzida, tendo como principal exemplo o palco³⁹. A cor branca irá sempre se destacar com uma boa leitura em ambientes escuros e mesmo os claros não irão agredir a visão por conta do contraste que há com o fundo preto⁴⁰.

Ainda na reflexão sobre a escolha da cor, vê-se necessário pensar também em outras aplicações do logotipo em outros fundos. Isso porque em fundos de cores mais claras, o logotipo na cor branca perde seu contraste. Por isso, é escolhida a cor preta para a aplicação do logo em fundos claro, como mostrado a seguir:

³⁸ Para saber mais sobre espaçamento ler: **Elementos do estilo tipográfico**, BRINGHURST (2005).

³⁹ Maiores informações sobre contraste no livro **A sintaxe da linguagem visual**. (DONDIS, 1997).

⁴⁰ Melhores explicações sobre cores em: **O Universo da Cor** (PEDROSA, 2008).

AMPLITONES

Figura 33 – Logo Amplitones em cor preta

No manual criado, que se encontra em anexo, é possível visualizar outros fundos de forma semelhante. No entanto, há também que ser levado em consideração quando o fundo é uma foto, seja colorida ou preto e branco. Em muitos casos em uma foto, principalmente colorida, o logo vazado pode perder leitura, pois em determinadas partes de algumas fotos pode haver um fraco contraste com partes mais claras da foto. Para esse caso em especial, é feita a escolha de manter o logo na cor branca e ser aplicada junto a um retângulo preto para que o logo no formato e cor original possa se manter legível.



Figura 34 – Logo Amplitones sobre foto colorida

Para acompanhar o logotipo, é necessário que haja uma segunda tipografia para o material institucional. Para essa fonte secundária é escolhida a fonte Optima e toda a sua variações, como negrito, itálico.

Como diz Gilberto Strunk, uma boa identidade visual toma tempo e trabalho de um bom profissional, e precisa ter todos os seus elementos bem pensados e trabalhados para que tenham uma boa legibilidade, uma personalidade original, um conceito facilmente transmitido e o uso de suas aplicações compatíveis com o mercado de seu produto. “Respeitar os elementos institucionais e as relações que regem seu emprego é o segredo de uma boa identidade visual.” (STRUNK, 2001, p.108).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A monografia tem como análise a importância da marca e a inclusão desta na história do Rock, além do acompanhamento de sua evolução e as características que determinantes. Por meio desse estudo é possível agora entender melhor o ambiente no qual a banda Amplitones se situa, principalmente no cenário do Rock brasileiro.

No segundo capítulo deste trabalho, é apresentado um breve resumo sobre a trajetória do Rock, começando nos anos de 1950 quando o gênero nasce nos Estados Unidos, passando por diversas transformações, até os dias atuais, onde há a inclusão de diversos subgêneros musicais. A análise é desenvolvida sem deixar de lado o percurso do Rock brasileiro, que representa também um papel significativo para o desenvolvimento deste estudo.

No mesmo capítulo estão presentes ainda as análises de algumas bandas que são referências para a história do Rock, assim como as representações de seus logos. A pesquisa é acompanhada de explicações e curiosidades sobre os mesmos, como são os casos dos surgimentos inusitados do logo dos Beatles e do ícone dos Rolling Stones.

No terceiro capítulo é possível fazer um estudo sobre a construção de uma marca. Inicialmente a produção é apresentada de forma mais ampla, contando como se dá a elaboração de uma identidade visual e seus principais elementos: logotipo, símbolo e assinatura visual completa.

Mais adiante há um estudo sobre a importância da marca para as bandas de Rock. Nessa parte são demonstrados alguns exemplos dos conjuntos musicais que se destacam pelo uso de elementos visuais diferenciados, além do logo, como fantasias, maquiagens e bonecos em suas apresentações.

Por meio de tais aspectos, as bandas conseguem transmitir uma ideia específica para seu público. Com isso, além dos recursos auditivos (a própria música) há a inclusão de artifícios visuais significativos. Como exemplo disso, podemos citar a bandeira britânica que é agitada com veemência durante a apresentação do vocalista do Iron Maiden, Bruce Dickinson, na música "The

Trooper". Tal fato ocorre por conta da letra da composição, que conta a história sobre a Batalha de Balaclava.

No último capítulo deste trabalho é contada a trajetória da banda Amplitones. Podemos entender melhor o contexto no qual os grupos atualmente se encontram e mudanças nas formações internas, influenciados pela introdução da Internet no cotidiano. Nos últimos anos esse meio de comunicação passa a ser bastante utilizado para encontrar músicos para complementar a formação das bandas, como é o caso da Amplitones por meio do site Tô Sem Banda.

Após a apresentação da história para a formação da banda, também é especificado o perfil de cada integrante e suas principais influências musicais, entendendo assim como se completam "harmonicamente".

Por meio da análise das informações sobre a banda Amplitones chegamos ao foco do trabalho: o desenvolvimento do logo. A construção é elaborada a partir da pesquisa e comparação das identidades visuais das bandas que são influências para a Amplitones. São quesitos fundamentais diversos estudos sobre tipologia, com os aspectos principais que conectam o grupo com sua essência musical. A princípio alguns testes são feitos até que, aos poucos, a fonte final é escolhida. Em uma segunda etapa, é necessário alterar manualmente alguns pontos para que a arte se enquadre completamente aos parâmetros desejados, para uma melhor performance estética.

Com isso podemos concluir o quão essencial é a construção devida de uma marca, pensada em todos os seus aspectos. No mercado onde a banda está inserida, os elementos visuais são de extrema importância para ajudar a divulgar o grupo. Uma identidade visual má produzida, mal elaborada, mal finalizada, pode comprometer bastante um conjunto musical.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. **Televisão, consciência e indústria cultural**. In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. 5.ed. São Paulo: T. A Queiroz, 1987.
- ALVES, Luciano; ESSINGER, Silvo. **O melhor do Rock Brasil. Volume II**. Rio de Janeiro: Editora Irmãos Vitale, 2002.
- ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BATEY, Mark. **O significado da marca: como as marcas ganham vida na mente dos consumidores**. Rio de Janeiro: Best Business, 2010.
- BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- CHACON, Paulo. **O que é Rock**. São Paulo: Perspectiva, 1982.
- DAPIEVE, Arthur. **BRock: o rock brasileiro dos anos 80**. Rio de Janeiro: Ed. 34. 1995.
- DEAN, Roger. **Views**. Limpsfield: Paper Tiger, 1985. 2 ed.
- DEAN, Roger. DEAN, Martin. **Magnetic Storm**. Limpsfield: Paper Tiger, 1984.
- DONDIS, Donis A. **A sintaxe da linguagem visual**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- FERNANDES, Amaury. **Fundamentos de produção gráfica para quem não é produtor gráfico**. Rio de Janeiro: Rubio, 2003.
- FONSECA, Renata Lehmann da, SENA, Aline Morsh de. **Dona Joana: Viva a vida colorida**. Rio de Janeiro: ECo/UFRJ, 2008.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. 17ª ed. São Paulo: Editora Cultrix, 2011.

PEDROSA, Israel. **O Universo da Cor**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.

RAMOS, José Mario Ortiz. **Cinema, Televisão e publicidade: cultura popular de massa no Brasil nos anos 70 e 80**. 2ª ed. São Paulo: Annablume, 2004.

ROBERTS, Kevin. **Lovemarks: O futuro além das marcas**. São Paulo: M. Books, 2004.

SEMPRINI, Andrea. **A Marca Pós-Moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**. São Paulo: Estação das letras Editora, 2006.

SILVA, Vagner Gonçalves da. **O Antropólogo e sua magia: trabalho de campo e texto etnográfico nas pesquisas antropológicas sobre religiões afro-brasileiras**. São Paulo: Edusp, 2000.

STRUNK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. **Como Criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.

WACQUANT, Loïc. **Corpo e alma: Notas etnográficas de um aprendiz de boxe**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

<http://bohemianq.blogspot.com.br/>, Acesso em: 15 out. 2013.

<http://ironmaidenbrasil.com/>, Acesso em: 28 out. 2013

<http://mundoestranho.abril.com.br/>, Acesso em: 11 nov. 2013

<http://obaudoedu.blogspot.com.br>, Acesso em: 03 nov. 2013

<http://producaografica.com.br/>, Acesso em: 20 out. 2013

<http://rockinrio.com/>, Acesso em: 13 nov. 2013.

<http://sepultura.com.br/>, Acesso em: 20 nov. 2013.

<http://simbology.blogspot.com.br/>, Acessado em 15/10/2013.

<http://thewho.com/>, Acesso em: 28 out. 2013.

<http://tosembanda.com/>, Acesso em: 04 nov. 2013.

<http://www2.uol.com.br/secosemolhados/>, Acesso em: 12 nov. 2013.

<http://www.acdc.com/>, Acesso em: 03 nov. 2013.

<http://www.aerosmith.com/>, Acesso em: 28 out. 2013.

<http://www.allmusic.com>, Acesso em: 03 nov. 2013.

<http://www.blacksabbath.com/>, Acesso em: 28 out. 2013.

<http://www.bonjovi.com/>, Acesso em: 03 nov. 2013.

<http://www.brandsoftheworld.com/>, Acesso em: 11 nov. 2013.

<http://www.culturaemusica.com/>, Acesso em: 12 nov. 2013.

<http://www.deep-purple.com/>, Acesso em: 01 nov. 2013.

<http://www.elvis.com/>, Acesso em: 28 out. 2013.

<http://www.famouslogos.us>, Acesso em: 15 out. 2013.

<http://www.gunsnrosesbrasil.com/>, Acesso em: 03 nov. 2013.

<http://www.johnpasche.com/>, Acesso em: 15 out. 2013.

<http://www.ledzeppelin.com/>, Acesso em: 20 out. 2013.

<http://www.pinkfloyd.com/>, Acesso em: 28 out. 2013.

<http://www.queenonline.com/>, Acesso em: 01 nov. 2013.

<http://www.rollingstones.com/>, Acesso em: 28 out. 2013.

<http://www.significados.com.br/>, Acesso em: 14 nov. 2013.

<http://www.thebeatles.com>, Acesso em: 28 out. 2013.

<http://www.the-scorpions.com>, Acesso em: 28 out. 2013.

<http://www.whitesnake.com/>, Acesso em: 03 nov. 2013.

<http://www.yesworld.com/>, Acesso em: 03 nov. 2013.

- Links usados para coleta de imagens:

<http://1.bp.blogspot.com/>, Acesso em: 11 nov. 2013.

<http://2.bp.blogspot.com/>, Acesso em: 15 out. 2013.

<http://3.bp.blogspot.com/>, Acesso em: 28 out. 2013.

<http://danielcolombo.files.wordpress.com/>, Acesso em: 15 set. 2013.

<http://goodlogo.com/>, Acesso em: 03 nov. 2013.

<http://images3.wikia.nocookie.net/>, Acesso em: 11 nov. 2013.

<http://images5.fanpop.com>, Acesso em: 12 nov. 2013.

<http://louderthanwar.com/>, Acesso em: 15 out. 2013.

<http://marzipanman.files.wordpress.com/>, Acesso em: 15 set. 2013.

<http://media.classicrockmagazine.com/>, Acesso em: 12 nov. 2013.

<http://metalriot.com/>, Acesso em: 15 set. 2013.

<http://midia.drifterrock.com/>, Acesso em: 28 out. 2013.

<http://musicwalls.org/>, Acesso em: 15 set. 2013.

<http://s3.amazonaws.com/>, Acesso em: 11 out. 2013.

<https://upload.wikimedia.org/>, Acesso em: 11 nov. 2013.

<http://yesmuseum.org/>, Acesso em: 12 nov. 2013.

<http://www.frontiers.it/>, Acesso em: 12 nov. 2013.

<http://www.hollywoodreporter.com/>, Acesso em: 11 nov. 2013.

<http://www.kissonline.com/>, Acesso em: 12 nov. 2013.

<http://www.logoinn.net/>, Acesso em: 15 set. 2013.

<http://www.spirit-of-rock.com/>, Acesso em: 15 set. 2013.

ANEXOS

ANEXO 01
(MANUAL DA MARCA)



AMPLITONES

Logotipo | Aplicação Principal

AMPLITONES

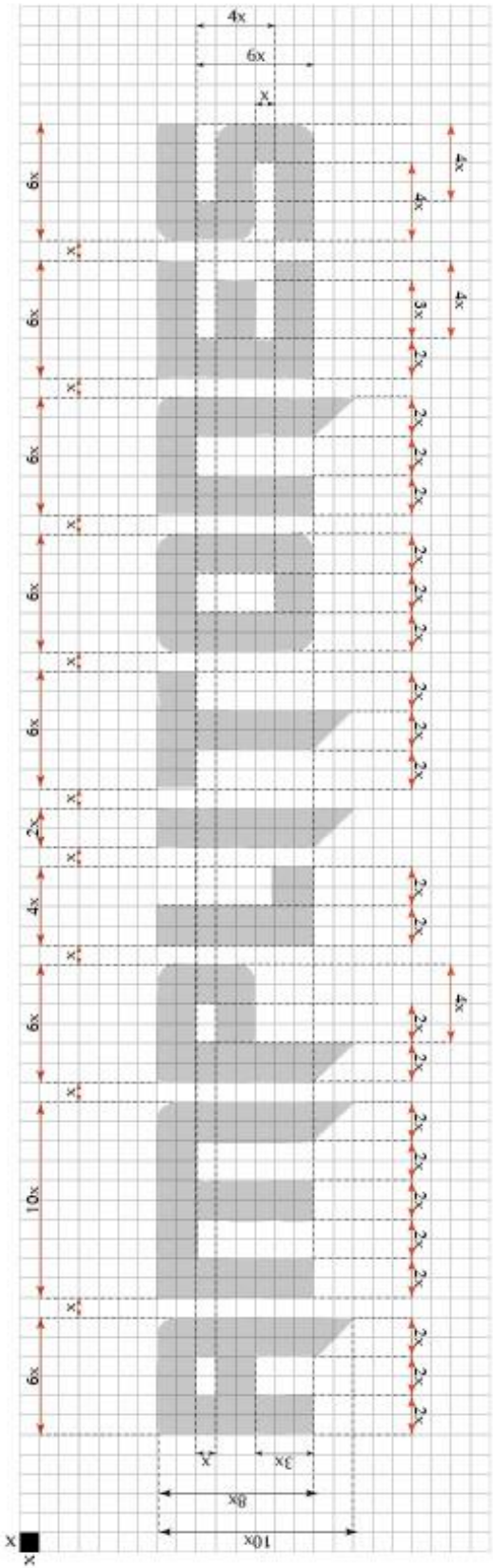
100% Preto

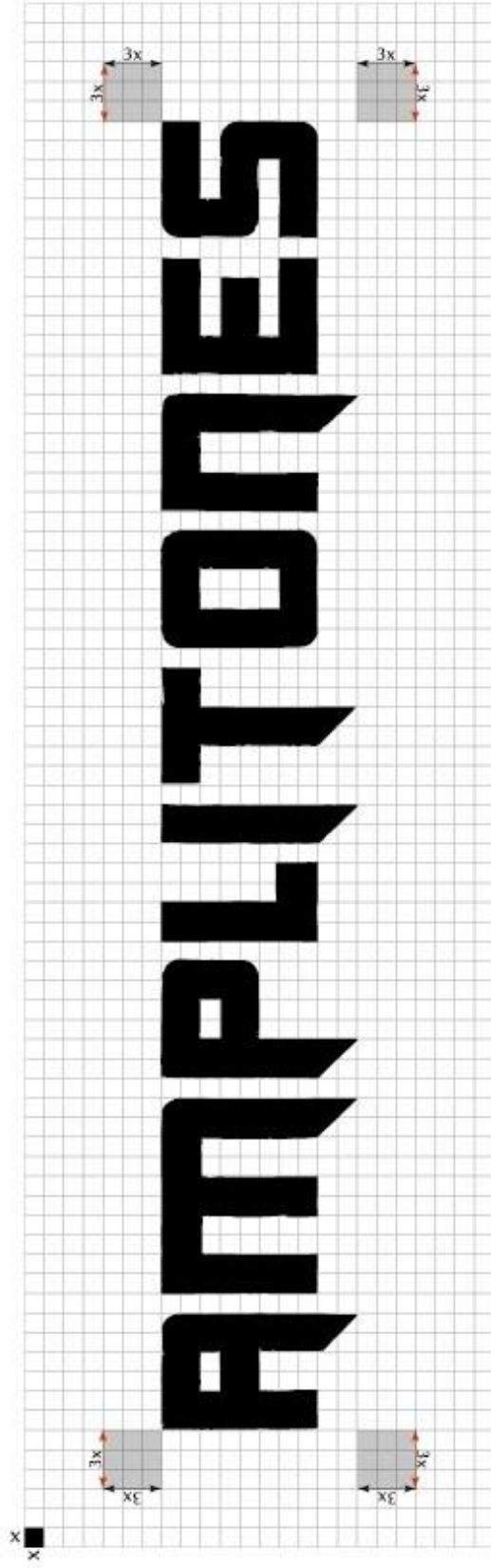
AMPLITONES

50% Preto

Logotipo | Aplicações Secundárias

Logotipo | Grid de Construção





Logotipo | Margem de Segurança

AMPLITONES

Branco:

PANTONE: P 1-1 C
CMYK: C-0; M-0; Y-0; K-0
RGB: R-255; G-255; B-255
WEB: #FFFFFF

Branco
(Fundo Preto)

Preto:

PANTONE: P Process Black C
CMYK: C-0; M-0; Y-0; K-100
RGB: R-0; G-0; B-0
WEB: #1C1C1B

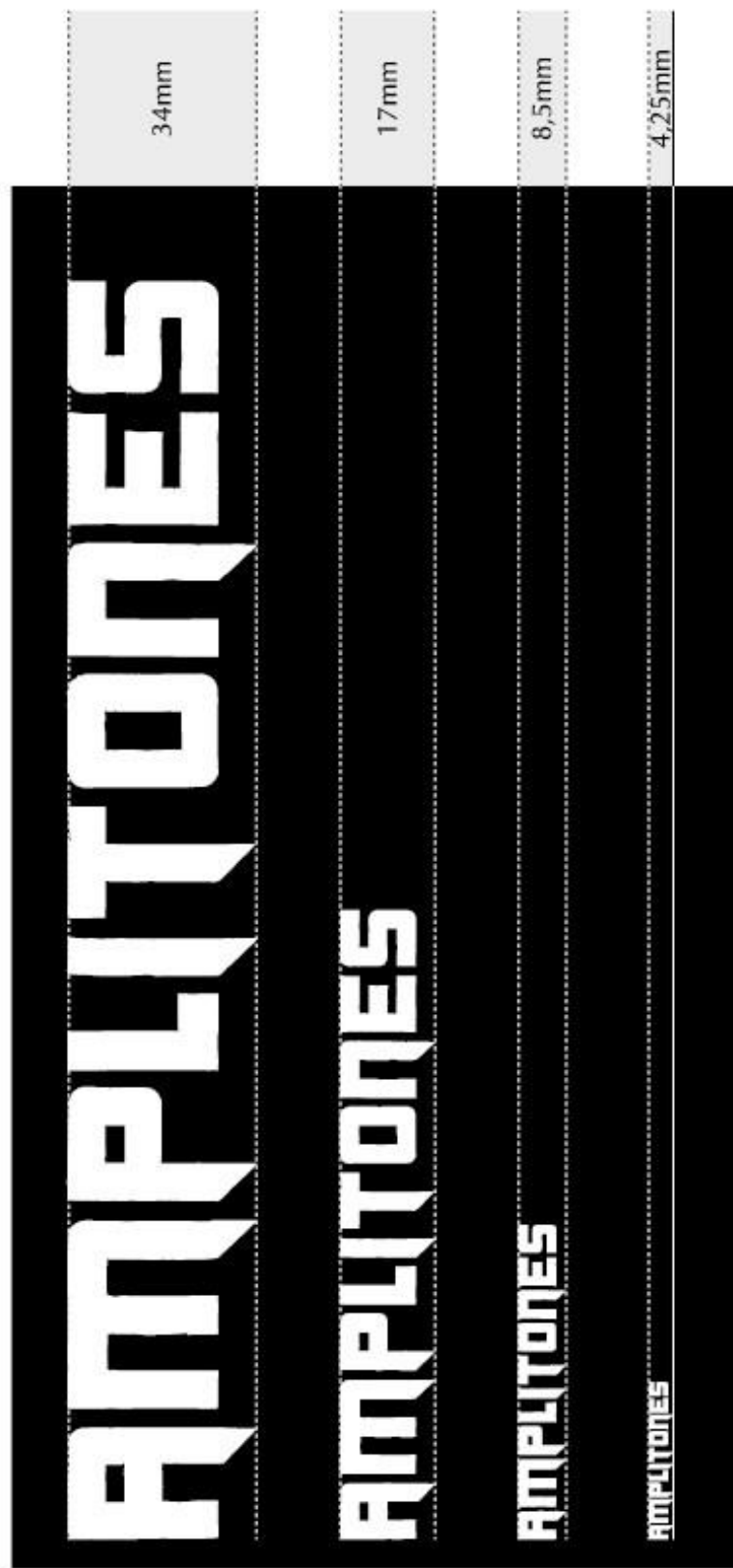
Preto
(Fundo Branco)

50% Preto:

PANTONE: P 179-7 C
CMYK: C-0; M-0; Y-0; K-50
RGB: R-157; G-157; B-156
WEB: #9D9C9C

50% Preto

Logotipo | Cores



Logotipo | Redução



Mínimo de 30% de preto como fundo



Logotipo | Aplicações

Distorção Vertical

AMPLITONES

Inclinação

AMPLITONES

Distorção Horizontal

AMPLITONES

Aplicação em Outline

AMPLITONES

Aplicação em Degradê

AMPLITONES

Aplicação de Sombra

AMPLITONES

Aplicação com Contorno

AMPLITONES

Aplicação em Outra Cor

AMPLITONES

Logo | Restrições

Optima - Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Optima - Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Optima - Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789*

Tipologia Institucional

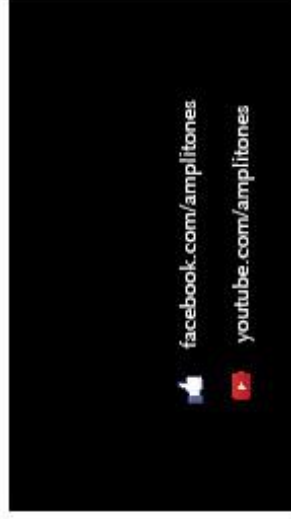
ANEXO 2

(APLICAÇÕES)

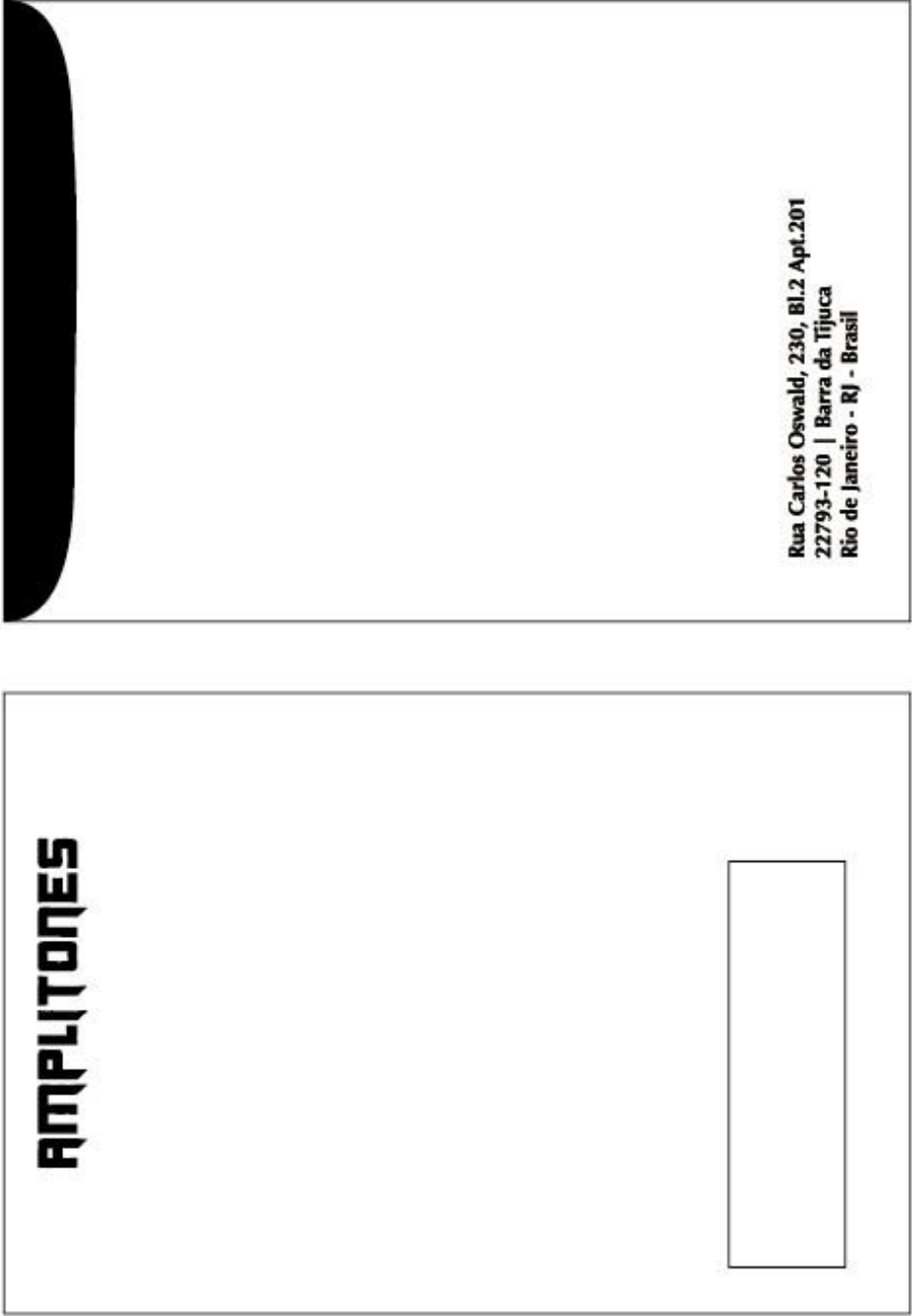
Frente



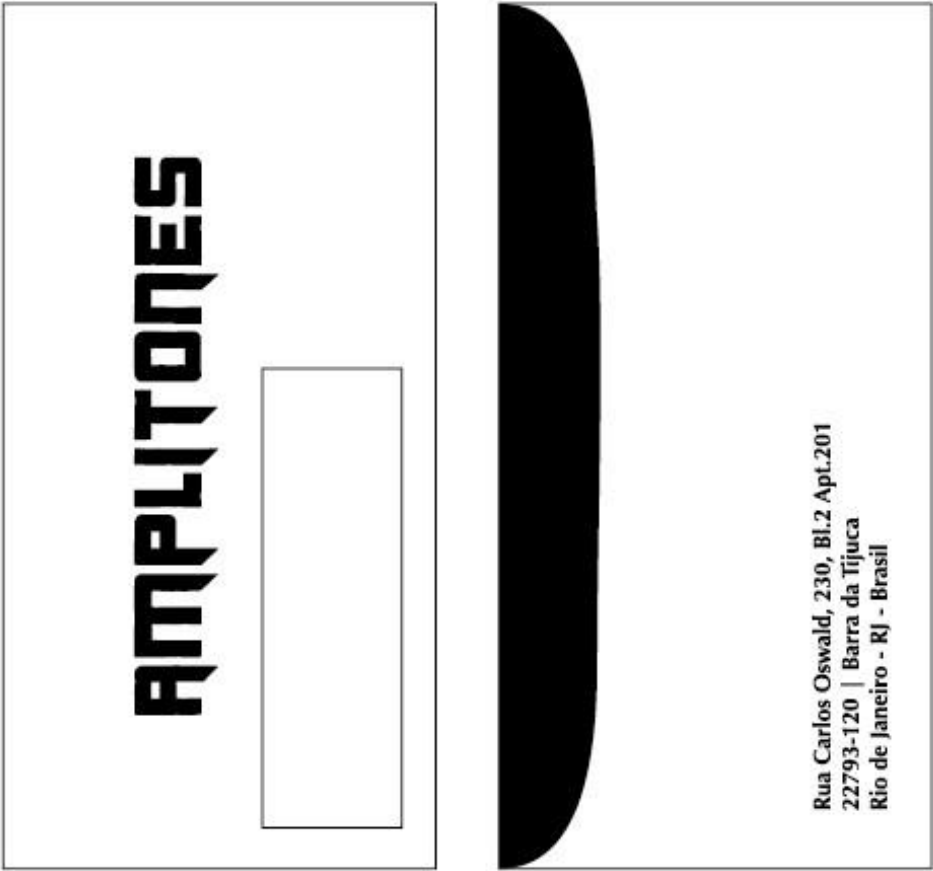
Verso



Materiais | Cartão de Visita

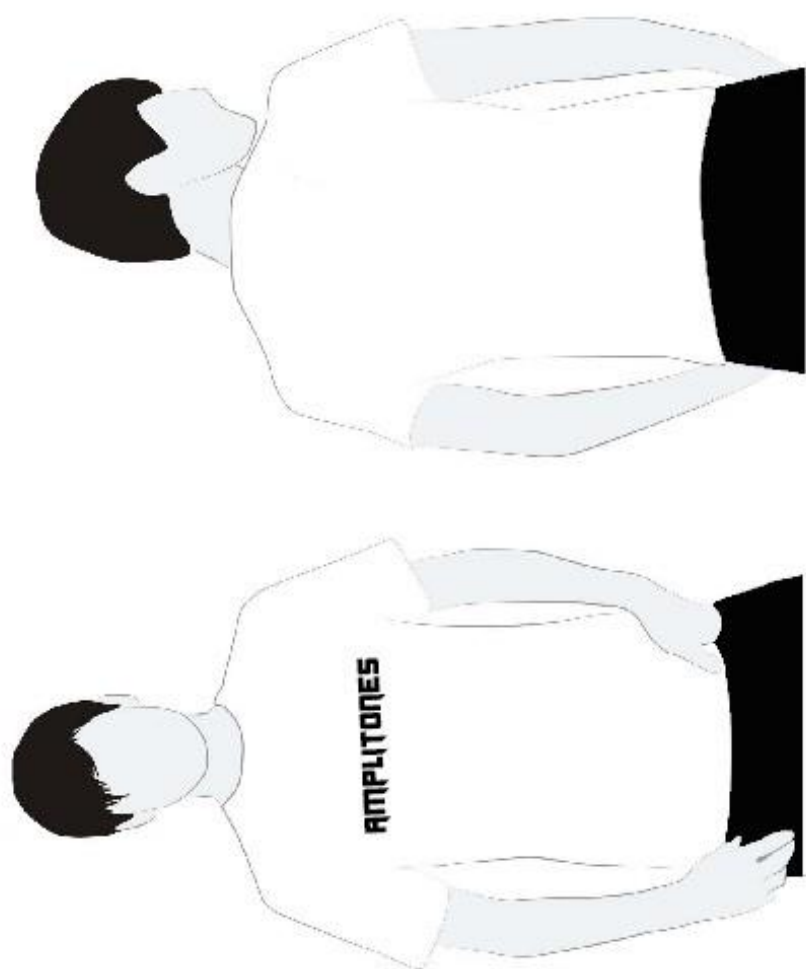


Materials | Envelope Pacote

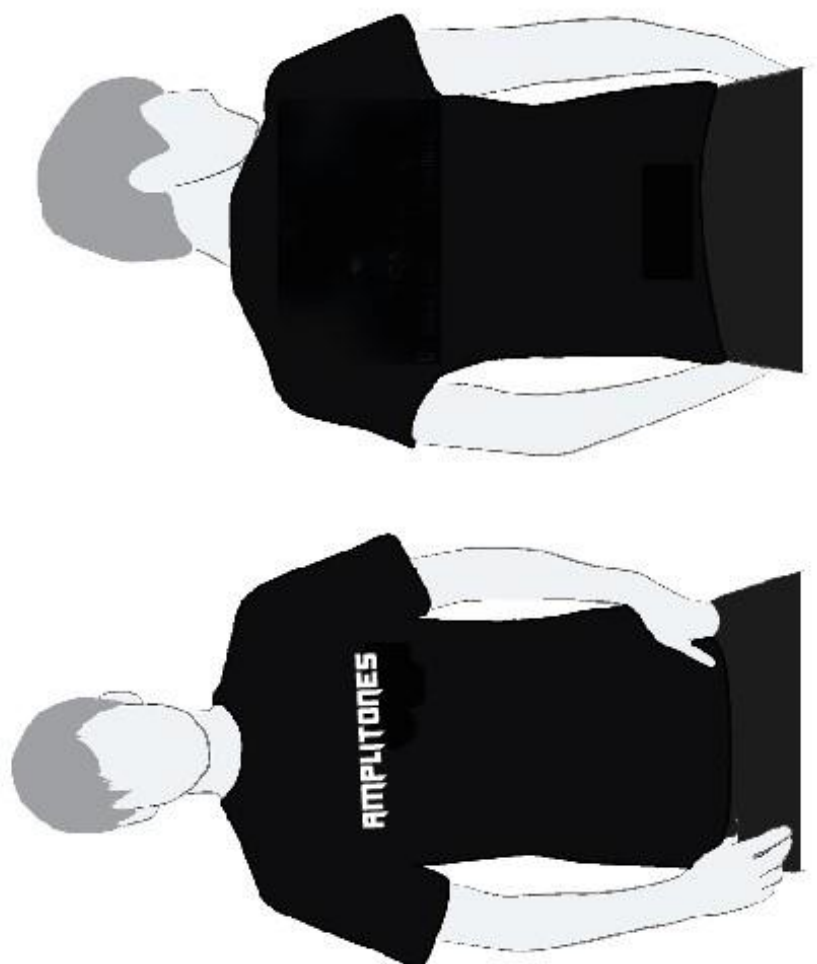




Materials | Papel Carta



Materiais | Camisa Branca



Materiais | Camisa Preta



Materials | Baqueta



Materials | Bumbo Bateria



Materiais | Palheta Baixista

